

مدیریت سرمایه اجتماعی

دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صفحات ۱۱۷ - ۱۳۶

شاپا چاپی: ۶۰۷۱-۲۴۲۳

شاپا الکترونیکی: ۶۰۸ X-۲۴۲۳

<http://jscm.ut.ac.ir>

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی

زهرا شمس‌سی^{۱*}، منیره محبعلی‌پور^۱، حسن الوداری^۲

۱. کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۷/۱۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۰۲)

چکیده

هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی - همبستگی است و با ابزار پرسش‌نامه انجام گرفته است. فرضیه‌ها با نمونه ۱۰۲ نفری در شهرداری همدان آزموده شدند. برای توصیف جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان و آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار Spss 19 استفاده شد. برای آزمون فرضیه‌ها روش تحلیل همبستگی و رگرسیون گام‌به‌گام به کار گرفته شد. بر اساس یافته‌های تحقیق، سرمایه اجتماعی، اثر مثبت و معنادار بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. همچنین هر سه بعد سرمایه اجتماعی؛ یعنی ساختاری، ارتباطی و شناختی، اثر مثبت و معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.

کلیدواژگان

رفتار شهروندی سازمانی، سرمایه اجتماعی، شهرداری استان همدان.

* نویسنده مسئول، رایانامه: zahra.shams22@yahoo.com

مقدمه

مفهوم سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه اجتماعی عبارت است از ارتباط‌ها و شبکه‌های اجتماعی که حس همکاری و اطمینان را میان افراد جامعه پدید می‌آورد. امروزه، سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در جوامع ایفا می‌کند که همان شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام‌بخش میان انسان‌ها و سازمان‌هاست. از این‌رو، در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون آن، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود.

به‌طور کلی، میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای، نشان‌دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است. همچنین وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی سبب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، به‌طوری که در مواقع بحرانی می‌توان از آن به‌عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرایندها سود برد. از این‌رو، شناسایی عوامل مؤثر در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی اهمیت بسزایی دارد.

سازمان‌های امروزی به افرادی نیازمندند که تمایل دارند با هنجارها هم‌اوردی کنند و روش‌های همیشگی در انجام کارها را نپذیرند و البته، افرادی باشند که مسئولیت اقداماتشان را بپذیرند. در متون مربوط به مدیریت آمده است که سازمان‌ها به کارکنانی نیازمندند که پا را فراتر از الزامات و تکالیف شغلی رسمی خود بگذارند. اقدام فراتر از تکالیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد که در سال‌های اخیر، توجه محققان را به خود جلب کرده است. رفتار شهروندی سازمانی برای هر سازمانی مطلوب است؛ زیرا با متغیرهای سازمانی مهمی همچون رضایت شغلی، نگهداری سیستم و بهره‌وری سازمانی و عملکرد سازمان ارتباط دارد.

رفتار شهروندی سازمانی، از مفاهیم جدید مدیریت رفتار سازمانی است که بر رفتارهای فراتر از نقش مدیران و کارکنان تأکید می‌ورزد و در فرایند سازمانی و تبدیل محیط سنتی به محیطی

پویا و کارآمد، نقشی تعیین کننده دارد. سازمان هایی که سرمایه اجتماعی بیشتری دارند، افرادی دارند که به سازمان متعهدند. در این سازمان ها، کارمندان در کارهای سازمانی درگیر می شوند و به آن هویت می دهند. کارمندانی که شاهد نرم های ارتباطی قوی در سازمان اند، بیشتر به اهداف و ارزش های سازمان پایبندند. همچنین با افزایش ارتباطات افراد، هزینه تبادلات کمتر می شود و این نوعی مزیت رقابتی برای سازمان است (Archibong & Anyansi, 2004).

تقویت و گسترش سرمایه اجتماعی، با رفتار شهروندی سازمانی رابطه دارد و راه سازمان را به سوی آینده متعالی باز می کند. این امر، سبب بهبود روابط درون و برون سازمانی، مشارکت کارکنان در زمینه های مختلف و پیشگیری از هدر رفتن سرمایه های مادی و غیرمادی سازمان می شود. با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی بین کارکنان شهرداری و تأثیر این مقوله ها در افزایش کارایی و بهره وری سازمانی و از آنجا که شهرداری یکی از سازمان هایی است که در صورت بروز هر مشکلی، با نارضایتی و شکایات مردم مواجه می شود، در این تحقیق سعی می شود تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی بررسی شود. این امر نیز در نهایت سبب افزایش رضایت شغلی و در نتیجه، رضایت شهروندان می شود (Gloede & et al., 2012: 124-139).

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی

فوکویاما سرمایه اجتماعی را مجموعه هنجارهای سیستم اجتماعی می داند که سبب افزایش همکاری اعضای آن جامعه و کاهش هزینه های تبادلات و ارتباطات می شود. سرمایه اجتماعی به توانایی افراد برای کارکردن با یکدیگر به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروه ها و سازمان ها اشاره می کند (Fukuyama, 1996: 1572). سرمایه اجتماعی عبارت است از: دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی و موقعیت های کنش جمعی با خود به سازمان می آورند (Francis, 2002).

مفهوم سرمایه اجتماعی برای درک پویایی‌های سازمانی، نوآوری و خلق ارزش ضروری است. سازمان‌هایی که اعضای آن سرمایه اجتماعی بیشتری دارند، موقعیت‌های مناسبی نیز برای سودبردن از فرصت‌ها دارند. تحقیقات نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی بر خلق دانش و سرمایه‌های ذهنی، به اشتراک گذاشتن دانش، یادگیری گروهی، ایجاد شایستگی، تشویق همکاری و تبادل اطلاعات بین کارکنان و کاهش هزینه‌های نظارت تأثیرگذار است (Goyal & Akhilesh, 2007: 206-226). سرمایه اجتماعی می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و در مقایسه با سازمان‌های دیگر، برای آنها مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. سازمان‌هایی که سرمایه اجتماعی بیشتری دارند، احتمالاً قوی‌تر از رقبایشان با سرمایه اجتماعی کم‌ترند (Ghoshal & Nahapiet, 1998: 250).

جدول ۱. تعاریف صاحب‌نظران درباره سرمایه اجتماعی از دیدگاه اجتماعی

اندیشمندان	تعاریف
کارل ماکس	هم‌بستگی از روی اجبار؛ پناهندگان و مهاجران در کنار هم در یک محله
زیمل	دادوستدهایی که افراد در زندگی اجتماعی انجام می‌دهند و قواعد و هنجارهای آن
امیل دورکیم	تعهداتی که مبنای آنها ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است.
ماکس وبر	مفاهیمی که به اعتماد معطوف‌اند.
پیر بوردیو	منابع بالقوه یا واقعی که حاصل شبکه‌ای ماندگار از روابط کم‌وبیش نهادینه‌شده آشنایی و شناخت متقابل است.
جیمز کلین	روابط میان اشخاص، گروه‌ها و اجتماعات که کنش‌ها را تسهیل می‌کند.
رابرت پانتام	مجموعه‌ای از خصیصه‌ها و مفاهیم سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه که کارایی سازمان را تسهیل می‌کنند.
فوکویاما	مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی است که تعاون و همکاری را در بین اعضای گروه تسهیل می‌کنند.
لین	مجموعه شبکه‌ها و کنش‌های متقابل افراد که موجبات موفقیت و کنش را فراهم می‌آورد.
گلن لوری	تفاوت در میزان برخورداری از فرصت‌ها (از طریق ارتباطات اجتماعی)
بیکر	منبعی که کنشگران آن را از ساختارهای خاص اجتماعی می‌گیرند.
اینگلهارت	فرهنگ اعتماد و مدارا که در آن شبکه‌های گسترده سازمان‌های داوطلبانه می‌روید.
شیف	مجموعه‌ای از عناصر ساختار اجتماعی که بر روابط مردم اثر می‌گذارد.

بعد ساختاری

عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر که می‌توان آنها را سنجید، عبارت‌اند از: پیوندهای شبکه‌ای (ارتباطات گسترده بین اعضای سازمان)، پیکربندی روابط (رسمی یا غیررسمی بودن و متمرکز یا غیرمتمرکز بودن ارتباطات) و متناسب‌سازی (سهولت و روانی جابه‌جایی ارتباطات).

بعد رابطه‌ای

این عنصر، توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد به دلیل سابقه تعاملاتشان با یکدیگر برقرار می‌کنند. این بعد به ماهیت هم‌بستگی افراد در سازمان مربوط می‌شود و شامل سه شاخص دوستی، اعتماد و هویت است.

بعد شناختی

این عنصر به منابعی اشاره دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست. این بعد به میزان اشتراک دیدگاه و تفاهم کارکنان در شبکه اجتماعی مربوط می‌شود. این درک و فهم دوجانبه در میان کارکنان، از طریق زبان مشترک و مبادله حکایت‌های مشترک به دست می‌آید (Bolino et al., 2002: 506).

رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که از وظایف رسمی آنها نیست و مستقیم از سوی سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی‌شود؛ ولی میزان اثربخشی کلی سازمان را افزایش می‌دهد. واژه «اختیاری» نشان می‌دهد که این رفتارها شامل رفتارهایی نیست که فرد در راستای انجام نیازمندی‌های نقش یا شرح وظایف شغلی خود نشان می‌دهد. عناصر کلیدی تعریف رفتار شهروندی سازمانی عبارت است:

۱. گونه‌ای از رفتارها که فراتر از تعریف رسمی سازمان است.
۲. رفتارهایی که مشمول پاداش نمی‌گردد و به‌وسیله ساختارهای رسمی سازمان شناسایی نمی‌شود.
۳. رفتارهایی که برای عملکرد، اثربخشی و موقعیت عملیات سازمان بسیار مهم است (Castro et al., 2004).

رفتار شهروندی سازمانی: بهره‌وری کارکنان و گروه‌های کاری را افزایش می‌دهد، کار گروهی را تشویق می‌کند، ارتباطات، همکاری و کمک‌های بین کارکنان را افزایش می‌دهد، نرخ اشتباهات را کاهش می‌دهد، مشارکت و درگیر شدن کارکنان را در مسائل سازمان افزایش می‌دهد و به‌طور کلی، جو سازمانی مناسبی فراهم می‌کند.

رفتار شهروندی سازمانی، از طریق اثرگذاری بر عوامل درونی سازمان از قبیل جو سازمانی، بهبود روحیه، افزایش تعهد سازمانی و رضایت شغلی، کاهش نیت‌های منجر به ترک شغل، کاهش غیبت و رفتارهای مخرب شغلی و نیز با تأثیرگذاری بر بهبود عوامل برون‌سازمانی همچون رضایت مشتری، افزایش کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان، موجب ایجاد کیفیت عالی در عملکرد کارکنان می‌شود (پودساکف و همکاران؛ به نقل از فتاحی، ۱۳۸۶). این رفتارها از طریق تشویق اقدامات سازمانی اثربخش و کارا، عملکرد سازمانی را افزایش می‌دهند.

رفتار شهروندی شامل رفتاری است که کل سازمان را ارتقا می‌دهد و سیستم اجتماعی آن را حفظ می‌کند (Feldman, 2011: 528-537). یافته‌های چندین مطالعه تجربی نشان می‌دهند رفتار شهروندی سازمان، در اثربخشی سازمانی سهیم است. محققان اشاره کرده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی، عملکرد سازمانی را به‌وسیله تشکیلات اجتماعی سازمان روان و سیال می‌سازد و باعث کاهش یا افزایش حساسیت‌ها در آن می‌شود. برای مثال، رفتار شهروندی عملکرد گروهی را ارتقا می‌دهد؛ زیرا به افراد کمک می‌کند تا با یکدیگر کار کنند (Podsakoff & et al., 2000).

کارکنانی که طبق رفتار شهروندی عمل می‌کنند، باعث می‌شوند کار مدیران آسان‌تر شود و در نتیجه، بهره‌وری شخصی و موفقیت مدیر افزایش می‌یابد. این افراد به هماهنگی فعالیت‌ها در میان اعضای گروه و در میان گروه‌ها کمک می‌کنند. رفتار شهروندی سازمانی ممکن است:

- سبب آزاد کردن منابع برای اهداف مولدتر شود.
 - سبب کاهش نیاز به اختصاص منابع کمیاب برای وظایف صرفاً نگهدارندگی شود.
 - از طریق کاهش تغییرپذیری در عملکرد واحد کاری، استحکام و پایداری عملکرد سازمانی را افزایش دهد.
 - سازمان‌ها را قادر سازد تا به وسیله خوشایندتر کردن محیط کاری، کارکنانی توانا جذب و آنها را حفظ کند.
 - توانایی سازمان برای انطباق با تغییرات محیطی را افزایش دهد.
 - همکاری و بهره‌وری مدیریتی را افزایش دهد.
 - هماهنگی فعالیت‌ها را بین اعضای گروه و میان گروه‌های کاری تسهیل کند.
- اثر بخشی رفتار شهروندی در سازمان، تحت تأثیر وسعت و دامنه‌ای است که اعضای سازمان اهمیت آن را درک می‌کنند (Nobel, 2006). رویکردهای مختلفی برای سنجش ابعاد رفتار شهروندی وجود دارد. ارگان (۱۹۸۸) OCB را به ابعاد زیر طبقه‌بندی کرده است:
- نوع دوستی: پیش‌قدمی برای کمک به اعضای سازمان برای حل مشکلاتشان؛
- وجدان کاری: علاوه بر مطابقت با قوانین سازمانی، حداقل ملزومات را از طریق کار سخت فراهم می‌کند؛
- جوانمردی: اطاعت از مقررات سازمانی و تحمل موقعیت‌های مشکل، بدون ابراز شکایت و نارضایتی؛
- ادب و نزاکت: رفتارهایی که از بروز مشکل پیشگیری می‌کنند؛
- فضیلت مدنی: فعال بودن و مشارکت در فعالیت‌های سازمانی (jiang & et al., 2011).

رابطه سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی

در دنیای امروز که ساختارهای خشک و دیوان‌سالارانه، جای خود را به مدیریت منعطف داده‌اند، سازمان‌ها نیز به کارکنانی نیازمندند که فراتر از تکالیف شغلی خود فعالیت کنند تا با بهره‌گیری از

منابع و سرمایه‌های درون سازمان، به مزیت رقابتی پایدار دست یابند (سرمایه اجتماعی) و به بهبود عملکرد سازمانی کمک کنند (winter, 2000).

سرمایه اجتماعی به وسیله روابط نزدیک میان فردی در سازمان شکل می‌گیرد. این روابط به همان رفتارهای شهروندی سازمانی اشاره دارند. پوتنام معتقد است که رفتارهایی از قبیل همکاری و مشارکت که افراد نشان می‌دهند، به ایجاد اعتماد، محبت و درک مشترک میان آنها کمک می‌کند؛ در نتیجه، در ایجاد و ارتقای سرمایه اجتماعی مؤثر است.

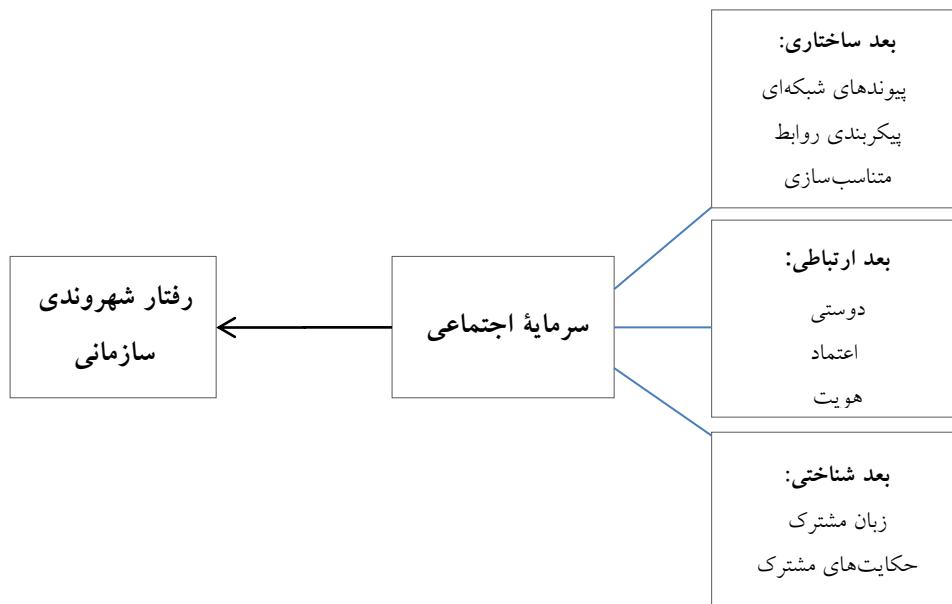
بنابر آنچه گفته شد، رفتارهای اجتماعی، محور کاملاً مشابه با رفتار شهروندی در سازمان‌هاست که به منزله رفتارهای کارکنان است؛ رفتارهایی که ورای الزامات نقش آنها قرار می‌گیرد و کارکرد سازمان را تسهیل می‌کند. سرمایه اجتماعی از طریق بهبود روابط نزدیک میان فردی، رفتارهای شهروندی سازمانی را در بر می‌گیرد (سبحانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۹).

با ورود به عصر اطلاعات و دانش، مفاهیم جدیدی در محیط مدیریت و کسب‌وکار ظهور کرده است؛ به طوری که مزیت رقابتی آینده سازمان‌ها، در گرو استفاده مؤثر و مناسب از این نوع متغیرهای جدید است. رفتار شهروندی سازمانی از همین دست مفاهیم است که سابقه تحقیقات جدی درباره آن، به دهه اخیر مربوط است. از طرف دیگر، سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی باشد، از مزیتی رقابتی بهره‌مند خواهند شد که می‌تواند سبب پیشی گرفتن از رقیبان شود. به همین دلیل، در این تحقیق سعی شده است تأثیر سرمایه اجتماعی در رفتار شهروندی سازمانی سنجیده شود.

بروز رفتار شهروندی سازمانی باعث شده است که سازمان‌ها نوآور، منعطف، بهره‌ور و در برابر بقا و موفقیتشان مسئول باشند. اهمیت یافتن رفتار شهروندی سازمانی، به دلیل تأثیر آن در اثربخشی سازمانی است که این اثر را از طریق سرمایه اجتماعی اعمال می‌کند. به هر روی، سرمایه اجتماعی، شکل‌دهنده رفتار شهروندی سازمانی است و رفتار شهروندی سازمانی، دارایی باارزش به‌شمار می‌آید که عملکرد سازمان را ارتقا می‌دهد.

چارچوب نظری تحقیق

تحقیق حاضر در پی بررسی نقش سرمایه اجتماعی در رفتار شهروندی سازمانی و برگرفته از مطالعات بولینو و دیگران است (2002). در این تحقیق، سرمایه اجتماعی، متغیر مستقل و رفتار شهروندی سازمانی، متغیر وابسته در نظر گرفته شده‌اند. همچنین با استفاده از مدل زیر، رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی بررسی شده‌اند.



فرضیه اصلی

سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
۲. بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
۳. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

روش‌شناسی پژوهش

در این قسمت، روش‌شناسی این تحقیق معرفی و با معرفی جامعه آماری، چگونگی انتخاب آنها توضیح داده می‌شود. پس از آن، روش‌های جمع‌آوری اطلاعات، متغیرهای تحقیق و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها مطرح می‌شود.

این تحقیق توصیفی و از نوع کاربردی است. تحقیق توصیفی شامل جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به پرسش‌های مربوط به وضعیت فعلی موضوع مطالعه است. مطالعه توصیفی، چگونگی وضع موجود را تعیین و گزارش می‌کند. اطلاعات توصیفی معمولاً از طریق پرسش‌نامه، مصاحبه یا مشاهده جمع می‌شوند. در این تحقیق، اطلاعات از طریق توزیع پرسش‌نامه صورت گرفته است. برای سنجش سرمایه اجتماعی، از پرسش‌نامه ناهاپیت و گوشال و برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی از پرسش‌نامه پودساکف استفاده شده است. برای پاسخ‌دهی به سؤالات، از معیار پنج‌سطحی لیکرت (کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف و کاملاً مخالف) و از اعداد یک تا پنج برای امتیازدهی به پاسخ‌ها استفاده شد.

جامعه آماری نیز تمامی کارکنان بخش اداری شهرداری همدان، یعنی ۱۳۷ نفر بودند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که برابر ۱۰۲ نفر است.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]} \quad N = 137, \quad p = q = 0.5, \quad d = 0.05$$

روایی^۱ ابزار اندازه‌گیری

مقصود از روایی آن است که ابزار اندازه‌گیری واقعاً بتواند خصیصه موردنظر را اندازه بگیرد؛ نه متغیر دیگری را. به عبارت دیگر، منظور از روایی تحقیق، میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است

1. Validity

که در راه سنجش پدیده موردنظر تهیه شده‌اند. به دلیل تکرار در تحقیقات متعدد و از آنجاکه هر دو پرسش نامه استاندارد است، روایی آنها در مطالعات متعدد خارجی و داخلی تأیید شده است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۴۶).

پایایی^۱ ابزار اندازه‌گیری

پایایی به این معناست که اگر خصیصه موردسنجش را با همان وسیله، در شرایط مشابه دوباره اندازه بگیریم، نتایج تا چه حد مشابه، دقیق و قابل اعتماد است. به عبارت دیگر، منظور از پایایی این است که ببینیم آیا ابزار سنجش دارای ویژگی تکرارپذیری است؟ یعنی در صورت تکرار عملیات تحقیق می‌توان به نتایج مشابهی رسید؟ از آنجاکه هر دو پرسش نامه استاندارد است، اعتبار آنها در مطالعات متعدد خارجی و داخلی تأیید شده است. همچنین در این پایان نامه، برای تست پایایی، به کمک نرم افزار SPSS اقدام به محاسبه آلفای کرونباخ شده است. این مقدار برای پرسش نامه سرمایه اجتماعی ۷۵ درصد و برای پرسش نامه رفتار شهروندی سازمانی ۸۵ درصد به دست آمد که حاکی از پایایی فراوان پرسش نامه‌های یادشده است. هرچه درصد به دست آمده به ۱۰۰ درصد نزدیک تر باشد، بیانگر قابلیت اعتماد بیشتر پرسش نامه است و چون مقادیر آلفا در تمامی موارد بزرگ تر از ۷۰ درصد است، پرسش نامه‌ها پایایی قابل قبولی دارند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۵۰).

یافته‌ها

در جامعه این تحقیق، ۸۲/۵ درصد از پاسخ‌گویان را آقایان و ۱۷/۵ درصد را خانم‌ها تشکیل داده‌اند. از نظر وضعیت تأهل، ۷۵/۴ درصد متأهل و ۲۴/۶ درصد مجردند. از نظر توزیع سنی، جامعه آماری تحقیق جامعه جوانی است؛ چراکه ۵۰ درصد از جامعه آماری را افراد کمتر از سی سال تشکیل

1. Reliability

می‌دهند. در بررسی وضعیت تحصیلی، بیشترین درصد فراوانی به دارندگان لیسانس تعلق داشت که ۴۹ درصد کل جامعه را تشکیل می‌دهند. از نظر وضعیت استخدامی، بیشتر افراد شرکتی بودند که ۳۵ درصد از کل جامعه را تشکیل می‌دهند. تحلیل میزان سابقه کار نیز نشان داد که ۳۵ درصد از کارکنان، سابقه کاری کمتر از پنج سال دارند. در نهایت، نتایج مربوط به وضعیت حقوقی نشان می‌دهد که بیشتر کارکنان سازمان که ۵۰/۵ درصد از کل جامعه را تشکیل می‌دهند، حقوقی بین هفت تا ده میلیون ریال دریافت می‌کنند.

جدول ۲. مشخصات توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	میانگین	میان	انحراف استاندارد	واریانس
رفتار شهروندی	۷۶،۱۰۷۸	۷۸،۰۰۰۰	۹،۰۱۶۹۳	۸۱،۳۰۵
سرمایه اجتماعی	۶۶،۷۰۵۹	۶۷،۰۰۰۰	۵،۲۶۸۲۳	۲۷،۷۵۴
بعد ارتباطی	۲۶،۱۲۷۵	۲۶،۰۰۰۰	۲،۴۷۲۳۱	۶،۱۱۲
بعد شناختی	۲۰،۴۹۰۲	۲۱،۰۰۰۰	۲،۵۵۵۳۱	۶،۵۳۰
بعد ساختاری	۲۰،۰۸۸۲	۲۰،۰۰۰۰	۲،۲۳۴۳۱	۴،۹۹۲

فرضیه اصلی: برای آزمون فرضیه اصلی تحقیق، فرض‌های آماری زیر ایجاد شد:

فرض صفر: سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری استان همدان تأثیر مثبت و معنادار ندارد.

فرض یک: سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری استان همدان تأثیر مثبت و معنادار ندارد.

جدول ۳. نتایج رگرسیون چندگانه بین مؤلفه‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته

متغیر	ضریب هم‌بستگی چندگانه (R)	مجذور ضریب هم‌بستگی چندگانه	مجذور ضریب هم‌بستگی اصلاح شده
ارتباطی	۰/۷۵۹ ^a	۰/۵۷۶	۰/۵۷۲
شناختی	۰/۸۳۴ ^b	۰/۶۹۵	۰/۶۸۹
ساختاری	۰/۹۲۰ ^c	۰/۸۴۷	۰/۸۴۲

در آزمون فرضیه اصلی، تأثیر مؤلفه‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته آزموده شد. نتایج رگرسیون به روش گام به گام نشان می‌دهد ابتدا مؤلفه ارتباطی وارد مدل می‌شود و ۵۷ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کند. در گام دوم، بعد شناختی وارد مدل می‌شود و این دو مؤلفه، در مجموع ۶۹ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. سپس مؤلفه ساختاری وارد مدل می‌شود که در مجموع، ۸۴ درصد متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش، هم‌راستا با تحقیقی است که بر روی پرستاران بیمارستان‌های کره جنوبی انجام شد. در این تحقیق نیز رابطه معنادار رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی آشکار شد (Jiang & et al., 2011).

احمدی و همکاران، در سال ۲۰۱۰، مطالعه‌ای را با هدف پاسخ‌دهی به این سؤال انجام دادند که آیا تغییر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیرگذار است؟ فرضیه این پژوهش، یعنی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی، تأیید شد.

جدول ۴. ضرایب استاندارد و غیراستاندارد متغیرهای مستقل و وابسته

ضرایب متغیرهای مستقل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	
	B	خطای برآورد استاندارد	Beta	آماره تی
مقدار ثابت	-۲۹,۰۳۶	۴,۵۹۹		-۶,۳۱۴
ارتباطی	۱,۴۷۵	۰/۱۷۷	۰/۴۰۴	۸,۳۴۲
شناختی	۱,۶۲۸	۰/۱۶۴	۰/۴۶۱	۹,۹۱۹
ساختاری	۱,۶۵۵	۰/۱۶۸	۰/۴۱۰	۹,۸۵۷

بر اساس داده‌های جدول ۴، مؤلفه ارتباطی ($p < 0/001$ ، آماره تی: ۸/۳۴۲، β : ۰/۴۷۵)، مؤلفه شناختی ($p < 0/001$ ، آماره تی: ۹/۹۱۹، β : ۰/۶۲۸) و مؤلفه ساختاری ($p < 0/001$ ، آماره تی: ۹/۸۵۷، β : ۰/۶۵۵)، نقشی معنی‌دار در تأثیر بر متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) دارند. در این مؤلفه‌ها، مؤلفه ساختاری (β : ۰/۶۵۵) بیشترین تأثیرگذاری را بر متغیر وابسته دارد.

جدول ۵. نتایج بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی

سطح معناداری	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	خطای استاندارد	آماره تی	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	ارتباطی
۰/۰۰۰	۰/۴۰۴	۰/۱۷۷	۸,۳۴۲	۱,۴۷۵	ارتباطی
۰/۰۰۰	۰/۴۶۱	۰/۱۶۴	۹,۹۱۹	۱,۶۲۸	شناختی
۰/۰۰۰	۰/۴۱۰	۰/۱۶۸	۹,۸۵۷	۱,۶۵۵	ساختاری

نتایج آزمون رگرسیون بین این دو متغیر حاکی از آن است که بین ۱۰۲ پاسخ‌گوی این مطالعه، ضریب هم‌بستگی رگرسیون با ضریب معناداری صفر، برابر با ۰/۴۰۴ (ارتباطی)، ۰/۴۶۱ (شناختی) و ۰/۴۱۰ (ساختاری) محاسبه شده است. از آنجاکه این سطح معناداری از سطح خطای تحقیق کوچک‌تر است، دلیل کافی بر رد فرض صفر وجود دارد. در نتیجه، فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و می‌توان گفت:

بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری استان همدان تأثیر مثبت و معنادار دارد.

بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری استان همدان تأثیر مثبت و معنادار دارد.

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری استان همدان تأثیر مثبت و معنادار دارد.

بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد؛ بدین معنا که افزایش سرمایه اجتماعی بر ماهیت هم‌بستگی افراد در سازمان می‌افزاید. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی سبب برقراری دوستی، اعتماد و حس برابری و همسانی بین کارکنان و در نتیجه، زمینه‌ساز بروز رفتار شهروندی می‌شود.

بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد؛ بدین معنا که سرمایه اجتماعی، بر میزان فهم و دیدگاه مشترک کارکنان تأثیر می‌گذارد و باعث می‌شود که: کارکنان آسان‌تر

مسائل را بررسی و ایده‌ها و نظریات خویش را به یکدیگر منتقل کنند، دانش خود را با دیگران سهیم شوند و کمک مؤثری به یکدیگر کنند. همچنین سرمایه اجتماعی باعث می‌شود که کارکنان با زبان سازمان صحبت کنند و در نتیجه، ارزیابی بهتری از ارزش‌ها و رسالت‌های سازمان داشته باشند.

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. کوکوییو در این باره معتقد است که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، به همراه مؤلفه‌هایش، در شکل‌گیری رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیر مثبت دارد. او بیان می‌کند که مؤلفه‌های بعد ساختاری (پیوندهای شبکه‌ای (ارتباطات گسترده اعضای سازمان)، پیکربندی روابط (رسمی یا غیررسمی بودن و متمرکز یا غیرمتمرکز بودن ارتباطات) و متناسب‌سازی (سهولت و روانی جابه‌جایی ارتباطات)، هریک محیط را برای رشد و توسعه رفتارهای فرانشی فراهم می‌کنند.

نتیجه‌گیری

سازمان‌ها بدون تمایل داوطلبانه افراد به همکاری، قادر به توسعه اثربخشی خرد جمعی خود نیستند. در همکاری داوطلبانه، افراد می‌کوشند تا از انرژی و بصیرت خود برای شکوفایی توانایی‌هایشان به نفع سازمان استفاده کنند. در این حالت، معمولاً افراد از منافع شخصی خود می‌گذرند و مسئولیت‌پذیری در راستای منافع دیگران را در اولویت قرار می‌دهند.

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارها، ارزش‌های غیررسمی، قواعد عرفی و تعهدات اخلاقی است که رفتارهای متقابل در چارچوب آن شکل می‌گیرد و سبب تسهیل روابط اجتماعی افراد می‌شود. این سرمایه معمولاً به افزایش همکاری و مشارکت اجتماعی کارکنان می‌انجامد و به آنها کمک می‌کند تا از طریق سرمایه انسانی و اقتصادی بتوانند در تعامل با هم، به رشدی پویا برسند. بنابراین، سرمایه اجتماعی به مثابه چسبی است که میان انواع سرمایه‌ها چسبندگی لازم ایجاد می‌کند و در صورتی که این چسبندگی خاصیت خود را از دست بدهد، قطعاً سایر سرمایه‌ها دچار نقصان می‌شوند. این رویه نیز در نهایت سبب عقب‌ماندگی و پیشگیری از رشد و توسعه مناسب در سازمان‌ها، گروه‌ها و جوامع خواهد شد.

با تأیید فرضیه اصلی این تحقیق مبنی بر رابطه سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی و مطابق تحقیقات سایر محققان مانند سوسولان (۲۰۰۱)، هائوشیو (۲۰۰۹)، جهانگیری (۱۳۹۱) و خرازی و همکاران (۱۳۹۱)، محرز گردید سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین، سازمان‌ها برای اینکه بتوانند جایگاه خود را حفظ کنند و آن را ارتقا دهند، باید با تعیین راهکارهایی، زمینه بروز سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی را فراهم کنند.

پیشنهادهای

بر اساس فرضیه اصلی مبنی بر وجود رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی، مدیران سازمان‌ها باید هزینه‌ها و منافع حفظ و توسعه رفتار شهروندی را در سازمان ارزیابی و با توجه به آثار بالقوه آن، نسبت به اجرای هرچه بیشتر آن در سازمان اقدام کنند. همچنین مدیران برای ایجاد سرمایه اجتماعی و خارج کردن رقبا از دور رقابت، باید محیط کاری ایجاد کنند که باعث تجدیدقوای کارکنانشان شود تا بتوانند شهروندان سازمانی خوبی باشند. از دیگر اقدامات مهم در این زمینه، تلاش مدیران برای اعتمادسازی بین اعضای گروه و واحدهای سازمانی است. اعتماد نیز به تدریج با ایجاد ارتباطات مستمر موفق شکل می‌گیرد و انسان‌ها پس از کسب شناخت مناسب از یکدیگر، به تدریج به یکدیگر اعتماد می‌کنند.

پیشنهاد بر مبنای فرضیه فرعی اول: بر اساس نتایج فرضیه فرعی اول مبنی بر وجود رابطه بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود که مدیران از طریق تقویت فرهنگ وفاداری، اطاعت و مشارکت وظیفه‌ای و مشارکت اجتماعی، میان کارکنان دوستی، اعتماد و هویت بخشی ایجاد کنند. برای برقراری وفاداری بین کارکنان، مدیران باید از طریق ایجاد فضای کاری مناسب در سازمان، میل کارکنان برای فداکاری و ترجیح منافع سازمانی بر منافع شخصی و حمایت و دفاع از سازمان را افزایش دهند. برای این منظور، کارکنان باید بکوشند در روابط و مراودات خود، مهارت‌های هوش عاطفی را یاد بگیرند و آن را افزایش دهند. بر اساس

تحقیقات گلמן، هوش عاطفی یکی از شاخص‌های مهم توسعه و بهبود عملکرد سازمانی است. یکی از ابعاد هوش عاطفی نیز همدلی است که سبب ارتقا و بهبود رفتار شهروندی سازمانی می‌شود.

پیشنهاد بر مبنای فرضیه فرعی دوم: بر اساس نتایج فرضیه فرعی دوم مبنی بر وجود رابطه بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود که مدیران از طریق گسترش مشارکت اجتماعی و مشارکت حمایتی، ایجاد زبان و حکایت‌های مشترک را بین کارکنان خود تسهیل کنند.

برای برقراری مشارکت حمایتی، مدیران باید کارکنان را به بیان آزادانه عقاید و ارائه ایده‌هایشان تشویق کنند. این کار، سبب ایجاد زبان مشترک و حکایت‌های مشترک در سازمان می‌شود. برای این منظور لازم است اتاق فکر تشکیل شود. در صورت همکاری و مشارکت کارکنان در سازمان، می‌توان انتظار داشت که رفتار شهروندی در سازمان تقویت شود و عملکرد سازمانی افزایش یابد.

پیشنهاد بر مبنای فرضیه فرعی سوم: بر اساس نتایج فرضیه فرعی سوم مبنی بر وجود رابطه بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود که فرهنگ مشارکت اجتماعی در سازمان ارتقا یابد؛ چون وقتی کارکنان در زندگی اجتماعی سازمان مشارکت دارند، ارتباطات گسترده‌تر می‌شود و کل وضعیت روابط بین کارکنان تغییر می‌کند؛ در نتیجه، شرایط و امکان برقراری تماس همکاران با یکدیگر فراهم می‌شود. در پایان باید گفت برای تقویت و گسترش مشارکت اجتماعی در سازمان، مدیران باید به کارهای زیر توجه کنند:

- تشویق افراد برای حضور در نشست‌ها و کسب دانش درباره فعالیت‌های سازمان و افزایش

این نشست‌ها؛

- محترم‌شمردن مسائل سازمانی و پایه‌ای آن حرکت کردن.

منابع و مأخذ

۱. سبحانی نژاد، مهدی و شاطری، کریم و فرجی ده‌سرخی، حاتم و اکبری، معصومه (۱۳۸۹). تبیین رابطه رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی بین کارشناسان دانشگاه تهران. دانشور رفتار. تربیت و اجتماع. دانشگاه شاهد. سال هفدهم. اسفند ۸۹. شماره ۴۵، صفحات ۱۰۱-۱۱۴.
۲. خرازی، کمال و واعظی، مظفر الدین و سینکی، عبدالله (۱۳۹۱). رابطه سرمایه اجتماعی با گرایش به رفتار شهروندی سازمانی در دفتر مرکزی یک شرکت بیمه. پژوهشنامه بیمه. سال بیست و هفتم. شماره ۱۰۶. صفحات ۱۵۹-۱۷۱.
۳. دانایی فرد، حسن، الوانی، سید مهدی، آذر، عادل (۱۳۸۹). روش شناسی: پژوهش کمی در مدیریت رویکردی جامع. تهران: انتشارات اشراقی.
۴. فتاحی، مهدی (۱۳۸۶). بررسی معنویت کاری بر رفتارهای شهروندی سازمانی و ارتباط آن با وفاداری مشتری و کیفیت خدمات در سازمان تامین اجتماعی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
۵. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۵). پایان نظم: سرمایه اجتماعی و حفظ آن. مترجم، غلامعباس توسلی. تهران. حکایت قلم نوین. صفحات ۱۱-۱۲.
6. Ahmadi P, Forouzandeh S, Safari M (2010). *The relationship between OCB and social exchange constructs Europeans*. Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences.;19: pp. 107-120.
7. Archibong, Chi, Anyansi. (2004). *Technology, Infrastructure and Entrepreneurship: Role of the Government in Building a sustainable Economy*. School of Business and Economics North Carolian A & T State University.
8. Bolino , Mark C., William H. Turnley & James M. Blood Good (2002). *Citizenship behavior and the creation of social capital in organization*. Academy of Mmanagement Review, 27(4): pp. 505-522.
9. Castro,C.B., E.M. Armario and D.M. Ruiz (2004). *The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty*. International Journal of Service Industry Management, 15(1): 27.

10. Feldman, T.W.H. Ng, D.C (2011). *Affective organizational commitment and citizenship behavior: Linear and non-linear moderating effects of organizational tenure*. Journal of Vocational Behavior 79, pp. 528–537.
11. Francis, P. (2002). *Social capital at World Bank :strategic and operational implications of the concept*, Social Development Strategy ,World Bank .
12. Fukuyama, F.(1995). *Trust:the social virtues and the creation prosperity*. New York:Free Press chapter 9.
13. Gloede TD, Hammer A, Ommen O, Ernstmann N, Pfaff H.(2012). *Is social capital as perceived by the medical director associated with coordination among hospital staff? A nationwide survey in German hospitals*. Journal Interprofessional Care. 2012; 27: pp. 124-39.
14. Goyal.A.; Akhilesh.K.B (2007). *Interplay among innovativeness ,cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work team*, Team Performance Management, 3(1/8), pp. 206-226.
15. Hsu CP, Chang CW, Huang HC, Chiang CY (2011). *The relationships among social capital, organisational commitment and customer-oriented prosocial behaviour of hospital nurses*. Journal of Clinical Nursing.; 20(9-10): 1383-92.
16. Jiang,j.yun sun,li.law.s (2011). *Job Satisfaction and Organization Structure as moderators of the effects of empowerment on the organizational citizen ship behaviour :A self-consistence and social exchange perspective*. international journal of management, vol.28, No.3, part 1.
17. Kokoby, A.K. (2009). *Operant competence, organizational social capital, organizational commitment and organizational citizenship behavior*, Uganda Scholarly Digital Library.
18. Nahapiet,J; Ghoshal , S.(1998). *Social capital , intellectual capital and the organizational advantage*, Academy of Management Review , vol23 No(2), pp. 242-266.
19. Nobel, Ann, Deborah. (2006). *The Relationship of formal Education And Gender To organizational citizen ship behaviour*. DISERTATION. Argosy University/Sarasota, Florida.
20. Philip M. Podsakoff, Scott B. MacKenzie, Julie Beth Paine, and Daniel G. Bachrach Indiana University .(2000). *Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research*. Journal Of Management, VOL. 26, NO. 3, 2000.

21. Winter, I. (2000). *Family life and social capital: toward a theorized understanding*. Working Paper, No.21.
22. Zareimatin H, Ahmadi F.(2007). *The role of university in the development of organizational citizenship behavior*. The Islamic University Journal. 13(41): pp. 23-31.